



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODELOGI PENELITIAN

### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah konsumen Go-ride di kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2018 sampai dengan selesai.

### B. Jenis dan Sumber Data

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini menggunakan dua macam data yaitu data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Menurut **Istijanto (2009:44)** data primer adalah data asli yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya dari peneliti untuk menyatakan masalah risetnya secara khusus.

#### 2. Data Sekunder

Menurut **Istijanto (2009:38)** Data sekunder (*secondary data*) adalah teknik pengumpulan data secara tidak langsung tentang obyek penelitian yang dilakukan dengan cara studi pustaka dari berbagai buku, jurnal, majalah, literatur atau tulisan lain yang dianggap memiliki hubungan hal yang diteliti dengan menggunakan laporan tertulis ataupun penelitian sebelumnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## C. Variabel Penelitian

### 1. Variabel Bebas

Menurut **Kuncoro (2013:50)** variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif atau negatif bagi variabel dependen lainnya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan citra merek (X2).

### 2. Variabel Mediasi (Penghubung)

Menurut **Solimun, Fernandes dan Nurjannah (2017: 89)** variabel mediasi adalah variabel yang mempengaruhi fenomena yang diobservasi (variabel dependen), variabel mediasi sering juga disebut dengan variabel intervensi, karena memediasi atau mengintervensi hubungan kausal variabel independen ke variabel dependen. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y1).

### 3. Variabel Terikat

Menurut **Kuncoro (2013:50)** variabel terikat adalah yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Loyalitas konsumen (Y2) merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi menurut **Sugiyono (2013:80)** adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen Go-ride di kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

## 2. Sampel

Sampel menurut **Sugiyono (2013:215)**, adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus :

$$n = z^2 \alpha \left( \frac{d^2}{P \times Q} \right)$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z $\alpha$  = Z tabel dengan tingkat signifikan tertentu

Q = (1-P), proporsi populasi yang diharapkan tidak memiliki karakteristik tertentu

P = Proporsi populasi yang memiliki karakteristik tertentu

d = Tingkat kesalahan yang ditoleransi

Untuk lebih jelasnya maka diuraikan dalam perhitungan sebagai berikut, dimisalkan proporsi populasi yang diharapkan sebesar 50%, tingkat kesalahan sebesar 10%, dengan tingkat kepercayaan 95% = 1,96. Berikut ini perhitungannya dengan menggunakan rumus di atas, yaitu:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = (1,96)^2 \left( \frac{0,50 (1 - 0,50)}{0,10^2} \right)$$
$$n = 96,04$$

Hasil perhitungan 96,04 tersebut dibulatkan menjadi 100, aka salam penelitian ini jumlah smpel yang digunakan adalah 100 responden.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel di penelitian ini ialah sampling nonprobabilitas, yakni metode pengambilan sampel yang ditemukan atau ditentukan sendiri oleh peneliti. Dalam penelitian ini peneliti secara spesifik menggunakan teknik *purposive sampling* atau biasa disebut *judgemental sampling* yang merupakan cara penarikan sampel dengan cara memilih sampel yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan layanan aplikasi Go-ride, setidaknya telah menggunakan layanan sebanyak minimal 2 (dua) kali di kecamatan Tampan kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini, kuesioner akan disebar secara *offline* dan *online*.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer ini antara lain:

#### 1. Wawancara

Pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan data primer adalah pendekatan komunikasi (*Communication Aprroach*). Pendekatan ini



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berhubungan langsung dengan sumber data dan terjadi proses komunikasi. Yang termasuk dalam pendekatan komunikasi ini adalah wawancara.

## 2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (**Sugiyono, 2013:142**). Peneliti mengumpulkan data dengan cara memperoleh data melalui responden dengan menyebar beberapa pernyataan tertulis kepada mahasiswa.

Pada penelitian di bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, sosiologi umumnya variabel-variabel penelitiannya dirumuskan sebagai sebuah variabel latent atau un-observed (sering juga disebut kosntruk) yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dibentuk melalui dimensi-dimensi yang diamati atau indikator-indikator yang diamati. Skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala ordinal atau sering disebut skala likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban (**Ghozali, 2016:47**).

Menurut **Sugiyono (2013:132)** skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Biasanya indikator-indikator ini diamati dengan menggunakan kuesioner atau angket yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang suatu hal (**Ghozali, 2016:47**). Skala *likert* yang dipergunakan untuk menjawab bagian pernyataan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian memiliki lima kategori sebagaimana disajikan dalam tabel di bawah ini :

**Tabel 3.1**  
**Tingkat Penilaian Jawaban**

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	R = Ragu-Ragu	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : **Fredy Rangkuti (2008:66)** dengan judul bukunya "*Measuring Customer Satisfaction*"

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelisuri data historis.

### 5. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah analisis multivariat, yaitu pemodelan persamaan struktural (*structural equation modeling*, SEM) dengan menggunakan program WarpPLS 5.0. Menurut **Solimun dkk, (2017:112-113)** sub dan langkah-langkah pemodelan persamaan struktural dengan software WarpPLS adalah sebagai berikut.

#### 1. Analisis Karakteristik Responden

Dalam deskripsi responden berisi tentang perhitungan yang menjadi klasifikasi kuesioner secara umum, terdiri dari jenis kelamin, pekerjaan,



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendidikan terakhir, uang saku sebulan, memiliki kendaraan pribadi atau tidak, mendapat informasi mengenai go-ride darimana, dan sudah berapa kali menggunakan layanan jasa Go-Ride.

## 2. Teknik Pengujian dan Analisis Data

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan WarpPLS merupakan teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. Model spesifikasi WarpPLS dalam analisis jalur terdiri dari atas dua hubungan, yaitu *inner* model dan *outer* model (Solimun, dkk. 2017:112-113).

### a. Outer model

Model pengukuran atau *outer* model menyangkut pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner penelitian. Beberapa pengujian validitas kuesioner yang tersedia di dalam WarpPLS adalah sebagai berikut.

#### 1) Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi antara skor indikator reflektif dengan variabel latennya. Pada analisis faktor, hal ini dapat dilihat pada nilai muatan faktor (*factor loading*). Beberapa ilmuwan menyebutkan bahwa nilai muatan faktor lebih besar sama dengan 0.5 s.d 0.6 dianggap cukup sebagai kriteria terpenuhinya validitas konvergen.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2) Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat dilihat dari nilai *loading* dan *cross loading*. Bilaman nilai *loading* setiap indikator pada variabel bersangkutan lebih besar dibandingkan dengan *cross loading* pada variabel laten lainnya maka dikatakan memenuhi validitas diskriminan. Metode untuk melihat diskriminan keseluruhan indikator secara bersama-sama (kuesioner) dapat dilihat dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) dengan koefisien korelasi, jika akar AVE lebih besar dari koefisien korelasi dengan variabel lainnya, maka dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik.

## 3) Uji Reliabilitas

Beberapa pengujian reliabilitas kuesioner yang tersedia di dalam WarpPLS adalah sebagai berikut.

### a) *Composite Reliability*

Suatu kuesioner dikatakan memiliki reliabilitas komposit yang baik jika *composite reliability*  $\geq 0.7$ , walaupun bukan merupakan standar absolut.

### b) *Alpha Cronbach Reliability*

Ukuran yang sering digunakan untuk melihat reliabilitas kuesioner adalah koefisien Alpha Cronbach. Koefisien realibilitas Alpha memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1. Kriteria yang sering digunakan adalah merujuk pada pendapat



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Malhotra (1996)**, yaitu kuesioner dikatakan reliabel jika memiliki nilai  $\text{Alpha} > 0,6$

**b. Inner Model**

Sebelum dilakukan interpretasi terhadap hasil pengujian hipotesis, maka model seharusnya memiliki *Goodness of Fit* yang baik. *Goodness of Fit* yang dimaksud adalah merupakan indeks dan ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten terkait juga dengan asumsi-asumsinya. Kriteria yang tercantum dalam kolom 3 table 3.1 adalah bersifat sebagai *rule of thumb*, sehingga selayaknya tidak berlaku secara kaku dan mutlak. Bilamana terdapat satu atau dua indikator *model fit and quality indices* tentunya model masih bisa digunakan.

**Tabel 3.2**  
**Model Fit and Quality Indices**

N o.	Model fit and quality Iindices	Kriteria Fit
1	Average path coeficient (APC)	$p < 0.05$
2	Average R-squared (ARS)	$p < 0.05$
3	Average adjusted R-squared (AARS)	$p < 0.05$
4	Average block VIF (AVIF)	Acceptable if $\leq 5$ , idealy $\leq 3.3$
5	Average full collinearity VIF (AFVIF)	Acceptable if $\leq 5$ , idealy $\leq 3.3$
6	Tenenhaus GoF (GoF)	Small $\geq 0.1$ , medium $\geq 0.25$ , large $\geq 0.36$
7	Symsson's paradox ratio (SPR)	Acceptable if $\leq 0.7$ , idealy $\leq 1$
8	R-squared contributin ratio (RSCR)	Acceptable if $\leq 0.7$ , idealy $\leq 1$
9	Statistical suppression ratio (SSR)	Acceptable if $\geq 0.7$
10	Nonlinear bivariate casuality direction ratio (NLBCDR)	Acceptable if $\geq 0.7$

**Sumber : Solimun dkk. (2017:118)**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Hasil analisis deskriptif adalah berupa tabel berisi persentase responden dalam menjawab skor (1 = sangat tidak setuju/sangat jelek s.d 5 = sangat setuju / sangat baik), yang dilengkapi dengan nilai rata-rata atau tabel frekuensi yang dilengkapi dengan nilai rata-rata.

### 4. Profil Variabel

Informasi yang ingin disampaikan pada bagian ini adalah gabungan dari indentifikasi indikator penting berdasarkan nilai muatan faktor (*factor loading*) dengan kondisi empiris suatu variabel (indikator dan atau dimensi) berdasarkan nilai rata-rata skor. Muatan faktor (*factor loading*) semakin besar mengindikasikan indikator semakin kuat mencerminkan suatu variabel atau indikator yang penting.

### 5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada analisis WarpPLS menggunakan uji t. Kaidah keputusan pengujian hipotesis yaitu menggunakan metode *resampling*, dan dilakukan *t-test*. Kaidah keputusan pengujian hipotesis dilakukan sebagai berikut, bila mana diperoleh  $p\text{-value} \leq 0.10$  (alpha 10 %) maka dikatakan *weakly significant*, jika  $p\text{-value} \leq 0.05$  (alpha 5%) maka dikatakan *significant* dan jika  $p\text{-value} \leq 0.01$  (alpha 1%) maka dikatakan *highly significant*.

### 6. Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan sebuah konsep yang mempunyai penjabaran dari variabel yang ditetapkan dalam suatu penelitian dan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimaksudkan untuk memastikan variabel yang ditetapkan sesuai dengan indikator yang akan diterapkan. Adapun sebagai berikut definisi operasional yang ditetapkan dalam penelitian ini:

**Tabel 3.3**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator
<b>Kualitas Pelayanan</b>  <b>Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272)</b> kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.  <b>Parasuraman (2007)</b>	Berwujud ( <i>Tangible</i> )	1. Penampilan pengemudi Go-Ride dalam melayani terlihat rapi dan sesuai prosedur. 2. Go-jek memiliki aplikasi /peralatan /fasilitas yang modern..
	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	3. Memiliki standar pelayanan yang jelas dengan melaksanakan prosedur yang ada. 4. Go-ride dapat diandalkan saat saya membutuhkan.
	Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> )	5. Pengemudi Go-ride selalu siap dalam menanggapi permintaan pelanggan. 6. Pengemudi Go-ride melakukan pelayanan dengan tepat dan cepat.
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	7. Pengemudi Go-ride memiliki pengetahuan/keahlian yang cukup dalam melakukan pekerjaannya. 8. Prngemudi Go-ride dapat dipercaya.
	Empati ( <i>Emphaty</i> )	9. Pengemudi Go-ride memahami kebutuhan saya. 10. Pengemudi Go-ride melayani dengan sikap ramah dan sopan.
<b>Citra Merek</b>  <b>Menurut Kotler dan Keller (2016:330)</b> mendefinisikan citra merek sebagai sifat ekstrinsik dari produk/jasa termasuk cara dimana merek mencoba untuk memenuhi kebutuhan psikologi atau sosial pelanggan.  <b>Keller (2013:78)</b>	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	1. Ketika saya mau menggunakan ojek, saya selalu ingat Go-jek. 2. Go-jek adalah ojek online yang terkenal di Pekanbaru
	Kesukaan ( <i>Favorable</i> )	3. Warna hijau yang digunakan Go-jek mudah dikenali. 4. Go-jek mudah dikenali sebagai ojek online
	Keunikan ( <i>Uniqueness</i> )	5. Desain logo Go-jek yang digunakan berbeda dengan pesaing dan mudah diingat. 6. Go-ride menawarkan sistem pembayaran elektronik Go-Pay yang lebih murah.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>Kepuasan Konsumen</p> <p>Menurut <b>Kotler dan Keller (2009:138)</b> secara umum, kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.</p> <p><b>Lupiyoadi (2013)</b></p>	Kualitas Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Konsumen dengan pelayanan Go-ride.</li> <li>Konsumen puas dengan kondisi fisik kendaraan yang digunakan pengendara Go-ride.</li> </ol>
	Emosional	<ol style="list-style-type: none"> <li>Konsumen sangat merasa sangat senang menggunakan layanan jasa bermerek Go-jek.</li> <li>Konsumen puas dengan cepat tanggapnya pengendara Go-ride.</li> </ol>
	Pembelian Kembali	<ol style="list-style-type: none"> <li>Konsumen akan menggunakan layanan Go-ride di masa yang akan datang dan berkesinambungan.</li> </ol>
	Konveniensi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Konsumen cukup nyaman dengan aplikasi Go-ride dan mudah digunakan.</li> <li>Saya mendapatkan jaminan aman dan nyaman selama menggunakan Go-ride.</li> </ol>
<p>Loyalitas Konsumen</p> <p>Menurut <b>Griffin (2012:16)</b> Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu yang ditunjukkan dengan adanya perilaku pembelian.</p> <p><b>Griffin (2012:35)</b></p>	Melakukan pembelian berulang secara teratur	<ol style="list-style-type: none"> <li>Konsumen akan tetap setia meskipun harganya mengalami kenaikan</li> <li>Menjadikan Go-ride sebagai pilihan pertama dalam menggunakan jasa transportasi <i>online</i>.</li> </ol>
	Membeli antar lini produk dan jasa	<ol style="list-style-type: none"> <li>Konsumen tidak hanya menggunakan layanan Go-Ride saja tetapi juga menggunakan layanan lain yang ditawarkan Go-Jek.</li> </ol>
	Merekomendasikan produk ke pihak lain	<ol style="list-style-type: none"> <li>Merekomendasikan layanan Go-ride kepada orang terdekat.</li> <li>Bersedia merekomendasikan layanan Go-Ride secara sukarela.</li> </ol>
	Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing	<ol style="list-style-type: none"> <li>Konsumen tidak terpengaruh oleh tawaran pesaing dan tetap setia menggunakan layanan Go-Ride.</li> </ol>